

ANALISA TEKNOLOGI INTERNET YANG BERPERAN SEBAGAI MEDIA TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PERKEMBANGAN EKONOMI SECARA SIGNIFIKAT

Shavira Nur Azizah 1), TataSutabri 2)

1), 2)Sistem Informasi,Fakultas Sains Teknologi, Universitas Bina Darma,Palembang,Indonesia.

Email :shaviraazizah@gmail.com 1), Tata.sutabri@gmail.com 2)

Abstrak

Perkembangan teknologi, terutama dalam bidang e-commerce dan penjualan online, telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat saat ini. Baik itu orang dewasa maupun pelajar, semuanya memanfaatkan teknologi informasi untuk kegiatan bisnis mereka. Penggunaan teknologi dalam e-commerce dan penjualan online menjadi tolak ukur penting dalam menciptakan generasi muda yang mandiri, inovatif, dan produktif. Survei menunjukkan bahwa teknologi memiliki peran signifikan dalam mengembangkan sektor e-commerce dan penjualan online. Dengan memanfaatkan teknologi secara efektif, generasi muda dapat mengembangkan keterampilan bisnis yang diperlukan untuk menghadapi tantangan ekonomi di masa depan dan berkontribusi pada evolusi ekonomi secara keseluruhan. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan mereka, tetapi juga membantu mereka memahami bagaimana berbisnis secara efektif. Melalui internet dan berbagai platform digital, proses pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan menjadi lebih interaktif dan efisien. Teknologi memiliki peran dalam kemajuan ,internet menjadi sarana utama untuk transaksi antara penjual dan pembeli. Selain sebagai sumber informasi, internet juga mendukung berbagai aspek bisnis, termasuk e-commerce, dalam hal penjualan, pembelian, transfer produk, dan layanan informasi. Pemanfaatan situs web tidak hanya terbatas pada fungsi promosi dan katalog produk, tetapi juga sebagai platform interaktif untuk melakukan dialog, diskusi, dan konsultasi secara online antara pelaku bisnis dan konsumen. Hal ini memperkuat interaksi antara kedua belah pihak, meningkatkan keterlibatan konsumen, dan membantu dalam memberikan layanan yang lebih personal dan responsif.

Sejarah Artikel

Submitted 05 april 2024

Accepted 11 april 2024

Published 12 april 2024

Kata kunci:

E-commerce, Online Shop ,Internet , transaction.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi *internet* Dengan dukungan teknologi yang semakin canggih, seperti yang kita alami saat ini, pelaku bisnis online shop tidak perlu khawatir. Mereka dapat memanfaatkan media sosial sebagai alternatif untuk memasarkan produk mereka, cukup dengan menggunakan *smartphone*.

Ini memungkinkan mereka untuk beroperasi secara fleksibel dan real-time, memudahkan konsumen dalam berbelanja dengan proses

yang terkomputerisasi. Bahkan, pelaku bisnis online shop bisa berasal dari berbagai kalangan, termasuk pelajar, yang tidak hanya meningkatkan pendapatan mereka

tetapi juga membantu mereka memahami konsep bisnis secara efektif. Internet dan platform digital mendukung proses pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan secara interaktif dan efisien, serta memungkinkan transaksi antara penjual dan pembeli dengan mudah. Situs web tidak hanya digunakan untuk promosi dan katalog produk, tetapi juga sebagai platform untuk berdialog dan berkonsultasi

secara online antara pelaku bisnis dan konsumen, yang sangat memudahkan pembeli yang tidak memiliki banyak waktu untuk berbelanja di pusat perbelanjaan.

“Pengguna *internet* di seluruh dunia berkisar 200 juta, 67 juta diantaranya berada di Amerika Serikat, *internet* di Indonesia berlipat dua kali setiap 100 hari” (Rhenald, 2000). Penggunaan internet telah mengalami perkembangan yang luar biasa di bidang bisnis terutama pada perusahaan skala besar. Sejak ditemukannya teknologi internet tersebut pada tahun 1990-an penggunaannya meluas karena dipandang memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses kegiatan bisnis/usaha. Dan disamping itu, kemudahan - kemudahan pun tentu bisa didapatkan oleh mereka . Batasan rumusan masalah yang ingin dibahas disini,antara lain:

1. Seberapa besar peranan teknologi dalam mengembangkan usaha online atau E-commerce?
2. Apakah online shop yang marak seperti sekarang ini mampu mengubah perekonomian masyarakat luas?
3. Seberapa besar peran teknologi internet sebagai media transaksi pada e-commerce yang biasa digunakan untuk pembayaran pada Online Shop?

Tujuan penulisan jurnal ini adalah untuk menganalisis berbagai aspek e-commerce dan melakukan pengujian dengan kuisioner kepada masyarakat tentang peran teknologi internet dalam transaksi e-commerce. Hal ini bertujuan untuk menunjukkan potensi positif teknologi yang berkembang serta mengukur kontribusi teknologi internet dalam meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam

penelitian ini adalah analisis kuisioner terhadap elemen masyarakat untuk mengukur seberapa besar peran teknologi internet sebagai media transaksi dalam e-commerce, khususnya pada onlineshop. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang terlibat dalam proses e-commerce, seperti onlineshop, untuk mendapatkan data dan jawaban terkait dengan peran e-commerce dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Hasil kuisioner tersebut kemudian dianalisis untuk mengetahui pandangan dan pengalaman responden terkait dengan penggunaan teknologi internet dalam e-commerce.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi *E-commerce*

Electronic Commerce (e-commerce) adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. e-commerce merupakan bagian dari e-business, di mana cakupan e-business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll. Selain teknologi jaringan www, e-commerce juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (database), e-surat atau surat elektronik (e-mail), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk e-commerce ini (Siregar, 2010)

Menurut Rahmati (2009) E-commerce singkatan dari Electronic Commerce yang artinya sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik. E-Commerce ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah system elektronika seperti Internet atau bentuk jaringan komputer yang lain. *E-commerce* bukan sebuah jasa atau sebuah barang, tetapi merupakan perpaduan antara jasa dan barang. *E-commerce* dan

kegiatan yang terkait melalui internet dapat menjadi penggerak untuk memperbaiki ekonomi domestik melalui liberalisasi jasa domestik dan mempercepat integrasi dengan kegiatan produksi global. Karena *e-commerce* akan mengintegrasikan perdagangan domestik dengan perdagangan dunia, berbagai bentuk pembicaraan atau negosiasi tidak hanya akan terbatas dalam aspek perdagangan dunia, tetapi bagaimana kebijakan domestik tentang pengawasan di sebuah negara, khususnya dalam bidang telekomunikasi, jasa keuangan, dan pengiriman serta distribusi.

Menurut Turban, *e-commerce* adalah suatu proses membeli, menjual, transfer atau pertukaran produk, pelayanan, dan informasi melalui jaringan computer termasuk internet. Sedangkan menurut Kotler, pembelian dan proses penjualan yang didukung oleh elektronik, terutama internet. Jadi dapat disimpulkan *e-commerce* adalah proses dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran untuk berbagai produk dan jasa yang diperjualbelikan dalam pasar global berjangkauan para pelanggan dengan dukungan dari jaringan para mitra bisnis di seluruh dunia.

e-commerce sendiri merupakan aplikasi dari *e-bisnis* yang berkaitan dengan transaksi bisnis yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti : transfer dana secara elektronik, SCM (*Supply Chain Management*), *emarketing/ online marketing*, pemrosesan transaksi *online*, pertukaran data elektronik, dan lainlain *e-commerce* akan merubah semua kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas biaya operasi operasional untuk kegiatan *trading* (perdagangan). Proses yang ada dalam *e-commerce* adalah sebagai berikut:

a. Presentasi elektronik (Pembuatan *Web site*) untuk produk dan layanan.

b. Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan.

c. Otomasi *account* Pelanggan secara aman (baik nomor rekening maupun nomor kartu kredit)

d. Pembayaran yang dilakukan secara Langsung (*online*) dan penanganan transaksi (Januri, dkk, 2011).

Manfaat e-commerce pada dunia bisnis

E-commerce memberikan fleksibilitas kepada produsen untuk mengubah harga dan melakukan kustomisasi produk atau jasa secara cepat melalui website mereka, yang sebelumnya memerlukan waktu yang lebih lama. Ini memungkinkan adopsi model usaha inovatif, reengineering, spesialisasi tinggi, peningkatan produktivitas, dan fokus yang lebih besar pada pelanggan. Selain itu, e-commerce membantu dalam membangun database pelanggan yang komprehensif, memungkinkan produsen untuk menganalisis pola pemesanan dan mengelola informasi tersebut untuk strategi pemasaran yang lebih efektif.

Peran e-commerce yang signifikan meningkatkan perkembangan ekonomi

teknologi internet memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan perkembangan ekonomi melalui e-commerce, khususnya pada onlineshop. Dengan adanya e-commerce, masyarakat dapat melakukan transaksi secara online tanpa harus datang ke outlet fisik, memungkinkan interaksi antara produsen dan konsumen secara online, serta memberikan peluang bagi berbagai kalangan, seperti mahasiswa, pelajar, dan ibu rumah tangga, untuk terlibat dalam bisnis onlineshop.

ini menunjukkan bahwa e-commerce telah membawa dampak positif dalam perekonomian masyarakat, terutama di Indonesia. Dengan adanya onlineshop, konsumen dapat dengan mudah berbelanja secara online, produsen dapat memasarkan produk mereka secara lebih luas,

dan masyarakat dapat memanfaatkan teknologi internet sebagai peluang untuk menghasilkan uang. Selain itu, e-commerce juga memungkinkan adanya dialog, diskusi, dan konsultasi dengan konsumen secara online, yang dapat meningkatkan interaksi antara produsen dan konsumen.

Survey masyarakat Di Indonesia pengguna teknologi internet

Menurut survey Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyatakan, Penggunaan internet di Indonesia yang mencapai 82 juta orang menempatkannya di peringkat ke-8 di dunia, dengan 80% di antaranya adalah remaja usia 15-19 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari penduduk Indonesia, bahkan digunakan sebagai peluang untuk menghasilkan uang oleh berbagai kalangan, termasuk mahasiswa, pelajar, dan ibu rumah tangga.

Peran e-commerce (online shop) menurut (survey) beberapa orang terdekat

Ini menunjukkan bahwa e-commerce memberikan manfaat yang signifikan bagi berbagai elemen masyarakat, membuktikan efektivitasnya dalam proses pembayaran karena dapat dilakukan secara fleksibel dan efisien tanpa memerlukan tatap muka langsung. Selain itu, e-commerce memungkinkan partisipasi dari seluruh lapisan masyarakat tanpa memandang tingkat perekonomian mereka.

Penjualan melalui internet juga telah membuka peluang bagi individu untuk mendapatkan penghasilan tambahan di luar pekerjaan utama mereka. Peran teknologi internet dalam e-commerce juga telah terbukti dalam meningkatkan perekonomian

Indonesia, dengan memungkinkan masyarakat untuk berdagang tanpa modal besar atau infrastruktur fisik yang mahal. Ini juga meningkatkan penjualan produk lokal seperti pakaian dan makanan khas daerah, serta meningkatkan minat dunia terhadap produk dan budaya Indonesia. Selain itu, aksesibilitas onlineshop memungkinkan produk Indonesia, terutama makanan dan peralatan khas, untuk menjangkau pasar global. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik pasar lokal Indonesia di mata masyarakat internasional, mendukung pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN

Teknologi internet memainkan peran penting dalam mengembangkan e-commerce dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan interaksi antara produsen dan konsumen. Keberadaan onlineshop memiliki potensi besar untuk mengubah perekonomian dengan memberikan peluang bisnis yang menguntungkan, memfasilitasi transaksi tanpa modal besar, dan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi. E-commerce memungkinkan pengusaha untuk memulai bisnis tanpa modal besar dan meningkatkan akses pasar global melalui penggunaan internet sebagai media transaksi. Namun, diperlukan keamanan yang baik dalam proses pembayaran online.

DAFTAR PUSTAKA

- 1) YLR Rehtalanit. 2021. Peran E-commerce Dalam pengembangan Bisnis
- 2) S Ayu. 2020. Peran E-commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid
- 3) Rahmati. 2009. Pemanfaatan *E-commerce* Dalam Bisnis Di Indonesia
- 4) Diakses tanggal 30 Maret 2024
<http://kominform.go.id/index.php/content/det>

[ail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker#.VIBQGOOSw9k\](mailto:3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker#.VIBQGOOSw9k)

- 5) D. Irmawati, "Pemanfaatan *E-commerce* Dalam Dunia Bisnis", Politeknik Negeri Sriwijaya, 2011.

